

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai hubungan antara atribut produk dengan loyalitas pelanggan. Variabel yang akan diteliti yaitu atribut produk sebagai variabel *independent* dengan sub variabelnya yaitu : kualitas produk, desain produk dan fitur produk. Sedangkan loyalitas pelanggan yang terdiri dari empat indikator yaitu : Melakukan pembelian secara teratur, membeli antar lini produk/jasa, merekomendasikan produk, dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing, berperan sebagai variabel *dependent*.

Objek penelitian ini dilakukan pada wilayah Kelurahan Burangrang Kota Bandung. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, yaitu dengan jangka waktu 8 bulan dari bulan Agustus 2007 sampai dengan Maret 2008, maka metode yang akan digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu.

3.2 Metode Penelitian

Pemilihan metode penelitian merupakan suatu keharusan dalam melakukan penelitian karena dapat memberikan suatu gambaran tentang langkah-langkah bagaimana suatu penelitian dapat dilaksanakan, sehingga masalah yang sedang diteliti dapat dipecahkan. Menurut Sugiyono (2005:1) berpendapat bahwa:

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan, dan sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey explanatory*, yaitu penelitian survey yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Sedangkan menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2005:7):

Metode survei yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari *sample* yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti, dimana yang menjadi unit analisisnya adalah para individu pada daerah objek penelitian yang kesemuanya mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih.

Selain itu karena penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang akan digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka panjang). (Husein Umar, 2002:45)

Karena sifat penelitian yang bersifat deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *descriptive survey* dan metode *explanatory survey*.

Sedangkan menurut Masri Singarimbun (1989:3) penelitian survei adalah penelitian yang mengambil variabel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul datanya. Penelitian survei dapat digunakan dengan maksud sebagai berikut:

- a. Penjajagan (eksploratif)
- b. Deskriptif
- c. Penjelasan, yakni menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesa
- d. Evaluasi
- e. Prediksi atau meramalkan kejadian tertentu dimasa yang akan datang
- f. Penelitian operasional
- g. Pengembangan indikator-indikator sosial.

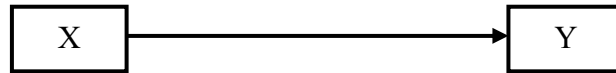
Penelitian dengan metode *descriptive survey* dan *explanatory survey* dilakukan dengan melihat pada populasi besar atau kecil dan data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan antar variabel, dalam penelitian ini informasi dikumpulkan dari tempat kejadian secara empirik dengan tujuan mengetahui pendapat dari populasi terhadap objek yang diteliti.

3.3 Desain Penelitian

Penetapan metode yang digunakan merupakan suatu hal yang sangat penting, karena dengan pemilihan dan penentuan metode yang tepat akan mempermudah langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan dan untuk memperoleh data yang dapat dipercaya sehingga dapat mencapai tujuan dan kegunaan tertentu.

Sedangkan desain penelitian yang dilakukan pada penelitian ini penulis memakai desain penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan antar variabel

dalam bentuk kausal, yaitu desain penelitian yang menjelaskan bagaimana hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti.



(Sugiyono, 2005:12)

Gambar 3.1
Hubungan kausal/sebab akibat, X mempengaruhi Y

3.4 Operasionalisasi *Variabel*

Variabel dalam penelitian ini yang menjadi variabel X sebagai variabel *independent* adalah atribut produk sedangkan yang menjadi variabel Y atau variabel *dependent* adalah loyalitas pelanggan. Skala yang digunakan pada kedua variabel menggunakan skala ordinal.

Tabel 3. 2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Pertanyaan
Atribut Produk (X)		Atribut produk merupakan pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang diberikan. (Kotler dan Amstrong 2006:225)				
	Kualitas Produk	Kemampuan suatu produk memberikan kinerja sesuai fungsinya, (seperti ketahanan, kehandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan perbaikannya). (Kotler dan Amstrong 2004:354)	Kemampuan produk dalam membersihkan badan (<i>performance</i>)	Tingkat kemampuan produk dalam membersihkan badan	Ordinal	1.1
			Lamanya daya tahan produk digunakan (<i>durability</i>)	Tingkat daya tahan produk tersebut digunakan	Ordinal	1.2
			Persepsi kualitas (<i>perceived quality</i>)	Tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas produk	Ordinal	1.3
			Kesesuaian (<i>conformance</i>)	Tingkat kesesuaian produk dengan yang diinginkan	Ordinal	1.4
			Kehandalan (<i>reliability</i>)	Tingkat pemenuhan selera kebutuhan mandi	Ordinal	1.5
			<i>Serviceability</i>	Tingkat kemudahan memperoleh informasi produk	Ordinal	1.6

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Pertanyaan
	Fitur Produk	Alat untuk bersaing yang membedakan produk satu perusahaan dengan produk perusahaan lainnya (ciri-ciri yang memberikan tambahan manfaat suatu produk). (Kotler dan Amstrong 2006:225)	Variasi Produk	Tingkat variasi produk yang ditawarkan	Ordinal	2.1
			Kelembutan produk	Tingkat kelembutan yang dirasakan pelanggan	Ordinal	2.2
			Kebersihan	Tingkat kebersihan yang dirasakan oleh pelanggan setelah memakai produk	Ordinal	2.3
			Aroma produk	Tingkat daya tarik aroma produk	Ordinal	2.4
	Desain Produk	Desain atau rancangan adalah totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan fungsi produk dari segi kebutuhan pelanggan. (Kotler 2005:332)	Kemasan produk	o Tingkat daya tarik kemasan produk	Ordinal	3.1
				o Tingkat daya tahan kemasan produk		3.2
			Ukuran produk	Tingkat ukuran produk yang sesuai standar	Ordinal	3.3
			Merek sabun mandi	Tingkat kemudahan pengguna dalam mengenali merek	Ordinal	3.4
			Gambar produk	Tingkat daya tarik gambar produk	Ordinal	3.5
			Warna produk	Tingkat daya tarik warna produk selama digunakan	Ordinal	3.6

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Pertanyaan
Loyalitas Pelanggan (Y)		Pembelian rutin konsumen yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan (Griffin, 2002: 4)	Pembelian ulang	Tingkat pembelian ulang	Ordinal	4.1
			Penolakan terhadap produk pesaing	Tingkat penolakan terhadap produk pesaing	Ordinal	4.2
			Penciptaan prospek	Tingkat penciptaan prospek	Ordinal	4.3
			Pembelian di luar lini produk	Tingkat pembelian di luar lini produk	Ordinal	4.4

3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Data merupakan fakta-fakta yang belum diolah dan tidak berarti bagi penggunanya. Berdasarkan sumbernya data dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Menurut Kusnendi – Edi Suryadi (2005:51) mengungkapkan definisi-definisi tersebut, antara lain :

- a. Data Primer yaitu data yang dikumpulkan secara khusus oleh seorang peneliti dari sumber aslinya. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu konsumen yang pernah menggunakan sabun mandi batang merek Lifebuoy dan data dari PT. Unilever sebagai produsen sabun mandi batang Lifebuoy.
- b. Data Sekunder yaitu data yang telah tersedia yang dikumpulkan oleh pihak lain, baik dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan yang digunakan oleh seorang peneliti sebagai sumber data penelitiannya.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.3 berikut ini :

Tabel 3. 3
Jenis dan Sumber Data

NO	JENIS DATA	BENTUK DATA	SUMBER DATA
1	Perkiraan pertumbuhan <i>market size</i> di Indonesia tahun 2007	Data Sekunder	Majalah Swa
2	Data loyalitas konsumen pada sector industri Di Indonesia	Data Sekunder	Majalah Swa
3	Data indeks loyalitas konsumen pada produk sabun mandi batang dari tahun 2005-2006	Data Sekunder	Majalah Swa
4	Data indeks kepuasan pelanggan sabun mandi batang Lifebuoy dari tahun 2005-2006.	Data Sekunder	Majalah Swa
5.	Profil Produk Lifebuoy	Data Primer	PT. Unilever Indonesia
6.	Tanggapan responden terhadap atribut produk	Data Primer	Responden
7.	Tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan	Data Primer	Responden

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, jurnal makalah, majalah ilmiah, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.
2. Observasi, mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
3. Kuesioner, dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden (sampel penelitian). Responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah disediakan dengan membubuhkan tanda (X) pada masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat. Dalam kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang

mencerminkan pengukuran indikator dari variabel (X) atribut produk, variabel (Y) loyalitas pelanggan.

Langkah-langkah penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Menyusun kisi-kisi kuesioner atau daftar pertanyaan.
2. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya. Jenis instrumen yang digunakan dalam angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.
3. Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pernyataan diberi nilai dengan skala *likert*.

3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.6.1 Populasi

Proses pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Sugiyono (2005:72) mengemukakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Sedangkan menurut Sudjana (2000:19) populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung atau pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.

Populasi dari penelitian ini di ambil berdasarkan data pada badan pemerintahan daerah kota Bandung. Jumlah penduduk di Kelurahan Burangrang

mencapai 8,864 orang, populasi dari pengguna sabun Lifebuoy yaitu 86,6% dari jumlah penduduk sebesar 7676 orang, berikut adalah perincian data penduduk di Kelurahan Burangrang.

Tabel 3. 4
Daftar Rekapitulasi Jumlah Penduduk
Kelurahan Burangrang

Kelurahan	Jumlah		Jumlah Umpi				Jumlah Penduduk		
	RT	RW	WNI	WNI KET	WNA	JML	L	P	JML
Burangrang	65	9	1.863	232	0	2.095	4.615	4.249	8.864

Sumber :

ERROR: undefinedresource
OFFENDING COMMAND: findresource

STACK:

/3
/CSA
/3
/CSA
-mark-